

automotive | TopCareer DIE KARRIEREMESSE

Institut für Automobilwirtschaft (IFA)
Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Parkstraße 4
73312 Geislingen

Ruf +49 (0) 7331 22 440

Fax +49 (0) 7331 22 450

E-Mail: mail@ifa-info.de

Internet: <http://www.ifa-info.de>

Sperrfrist:

09. Oktober 2018 | 21:00 Uhr

Das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) und die Branchenzeitung Automobilwoche verleihen die automotive TopCareer AWARDS auf der Messe Stuttgart. Rund 1.000 Studierende branchenbezogener Studiengänge und Professionals bewerten die Arbeitgeberattraktivität.

- ➔ Betriebsklima und Arbeitsplatzsicherheit wichtiger als Gehaltsniveau oder Unternehmensgröße
- ➔ Autozulieferer Bosch erzielt Branchenbestnoten und ist damit attraktiver als die Automobilhersteller
- ➔ Mercedes-Benz siegt in der Kategorie „attraktivster Automobilhersteller“. Die Stuttgarter Hahn-Gruppe ist die attraktivste Handelsgruppe.
- ➔ Kfz-Gewerbe generell mit deutlichem Nachholbedarf beim Employer Branding. Consulting-Unternehmen und Entwicklungsdienstleister positionieren sich zwischen Industrie und Kfz-Gewerbe

Geislingen, den 07. Oktober 2018

automotive TopCareerAward 2018 mit Überraschungen

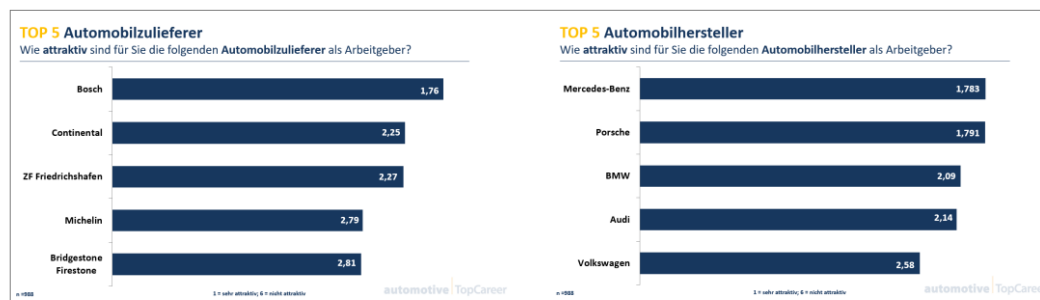
Studierende und Young Professionals bewerten Attraktivität von Arbeitgebern der Automobilbranche in acht Kategorien

Der Automobilhandel und die Branchendienstleister leiden unter einem nicht unbedeutenden Attraktivitätsgefälle gegenüber der automobilen Zulieferer- und Herstellerebene, so das Resümee der siebten Studie zur Arbeitgeberattraktivität in der Automobilbranche. Der Zulieferer Bosch gilt für die Befragten als attraktivster Arbeitgeber der Branche, Mercedes-Benz holt sich den Award in der Kategorie „Automobilhersteller“. Soft Factors wie das Betriebsklima und die Arbeitsatmosphäre sind wichtiger als ein hohes Gehalt oder Karriereperspektiven.

Im Vorfeld zur Karrieremesse automotive TopCareer, am 09. Oktober auf der Messe Stuttgart wurden Studierende und Young Professionals via Online-Befragung zur Bewertung der Arbeitgeberattraktivität von Unternehmen der Automobilwirtschaft befragt. Die 988 Untersuchungsteilnehmer setzen sich aus 62 Prozent männlichen und 38 Prozent weiblichen Probanden zusammen. 63 Prozent der Befragungsteilnehmer sind an einer Hochschule eingeschrieben.

Attraktivität der Automobilindustrie

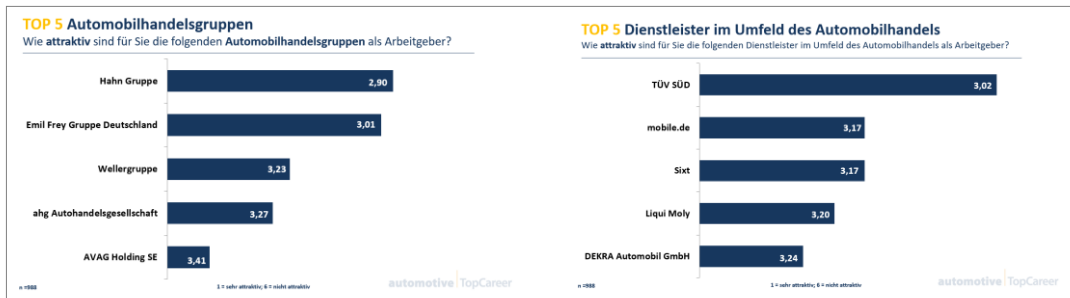
Mercedes-Benz genießt bei den Befragungsteilnehmern die höchste Wertschätzung unter den Automobilherstellern. Die Attraktivität des Stuttgarter Autobauers wird mit einer Note von 1,78 auf einer Notenskala von „1=sehr attraktiv“ bis „6=unattraktiv“ eingestuft. Dicht auf den Fersen ist – mit einem Wert von 1,79 – Porsche. Wie die Bewertungen der Volumenfabrikate zeigen, scheint sich das Premium-Image der Produkte auch in der Arbeitgeberattraktivität widerzuspiegeln. Zuliefererseitig geht die „Pole-Position“ mit einer Note von 1,76 an Bosch. Der Autozulieferer mit Stiftungsstruktur sichert sich damit nicht nur die Bestnote in der Kategorie „Automobilzulieferer“, sondern erzielt die beste Bewertung unter allen einbezogenen Unternehmen. Trotz einem identischen Attraktivitätsniveau wie im Vorjahr (2,27), muss ZF Friedrichshafen den zweiten Rang in der Kategorie der Automobilzulieferer an Continental abgeben (2,25).



Attraktivität der Automobilhandelsunternehmen und deren Dienstleister

Der Automobilhandel leidet weiterhin unter einem deutlichen Attraktivitätsgefälle gegenüber der automobilen Zulieferer- und Herstellerindustrie. Der Trend der vergangenen Jahre, die auf eine Schließung der Lücke in der Attraktivitätsbewertung zwischen Industrie und Handel hingewiesen hat, kann in der aktuellen Untersuchung nicht fortgeschrieben werden. Unter den zehn absatzstärksten deutschen Handelsunternehmen erklimmt erstmals die Hahn Gruppe die Spitzenposition (2,90). Damit platziert sich die Stuttgarter Automobilhandelsgruppe vor der Emil Frey Gruppe (3,01) und der Wellergruppe (3,23).

Auf vergleichbarem Niveau bewegen sich die Dienstleister des Automobilhandels. Die Spitzenposition geht in dieser Gruppe an den TÜV SÜD (3,02). Damit wird die Arbeitgeberattraktivität des TÜV um 0,22 Notenpunkte besser bewertet als die der DEKRA (3,24). Zwischen den beiden Prüforganisationen platzieren sich die Online-Plattform mobile.de, Sixt oder der Schmierstoffproduzent Liqui Moly.



Attraktivitätsgefälle zwischen Captive und Non-Captive Finanzdienstleistern

Das Feld der Finanzdienstleister zeigt ein ausdifferenziertes Bild. Während die Captive-Unternehmen von den Abstrahleffekten ihrer Herstellermarken profitieren dürften, weisen die Non-Captive Finanzdienstleister deutlich niedrigere Werte hinsichtlich der Arbeitgeberattraktivität auf. Auf den ersten drei Rängen der Captive-Unternehmen positionieren sich Porsche Financial Services (2,67), die Mercedes-Benz Bank (2,68) und die BMW Bank (3,03). Unter den Non-Captive Finanzdienstleistern belegt die Santander Consumer Bank mit einer Note von 3,49 Rang eins. An dieser Stelle ist auf den geringen Abstand zur zweitplatzierten CommerzFinanz hinzuweisen (3,51).

Entwicklungsdienstleister und Consulting-Unternehmen bilden das Mittelfeld

Zwischen dem hohen Attraktivitätsniveau der Automobilindustrie und den als deutlich unattraktiver bewerteten Unternehmen des Kfz-Gewerbes ordnen sich die Akteursgruppen der Entwicklungsdienstleister und der Unternehmensberatungen ein. Die höchste Arbeitgeberattraktivität unter den Entwicklungsdienstleistern verzeichnet Bosch Engineering (2,34). Auf den Rängen zwei und drei platzieren sich Bertrandt und IAV mit den Noten 2,93 bzw. 3,07.

Hingegen liegen die Arbeitgeberattraktivitätsbewertungen der Unternehmensberatungen enger beieinander. Auf die weltweit agierende Unternehmens- und Strategieberatung McKinsey & Company (2,43) folgen die Boston Consulting Group (2,54) und Ernst & Young (2,57).

Erwartungshaltung gegenüber Arbeitgeber und Tätigkeit

Neben der Attraktivität einzelner Unternehmen zeigen die Befragungsergebnisse auf einer Skala von „1=hohe Bedeutung“ bis „6=keine Bedeutung“ auch die Anforderungen, die Studierende und Young Professionals an ihre künftigen Arbeitgeber und die ausgeübte Tätigkeit stellen. Das Betriebsklima wird – wie in den vergangenen Jahren – als wichtigstes Kriterium genannt. Mit dem Merkmal „sicherer Arbeitsplatz“ schiebt sich in der diesjährigen Untersuchung ein weiterer Soft Factor mit deutlichem Abstand vor das Gehaltsniveau und den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens. Die Unternehmensgröße scheint ein sekundärer Faktor bei der Arbeitgeberwahl zu sein. 45,5 Prozent der Studienteilnehmer bewerten dieses Merkmal als irrelevant bei der Arbeitgeberwahl. Auch hinsichtlich der Anforderungen an die berufliche Tätigkeit positionieren sich die sogenannten Soft Factors vor den finanziellen Benefits wie Dienstwagen oder Firmen-Smartphone. Größte Bedeutung weisen die Befragten einer kollegialen Arbeitsatmosphäre und einem starken Teamgedanken zu.

Informationsverhalten und Brancheninteresse

Primäre Informationsquelle für die Studierenden bei der Arbeitsplatzsuche stellen die Unternehmenswebseiten dar. Der persönliche Kontakt ist in seiner Bedeutung weiterhin nicht zu unterschätzen: So werden „Freunde und Bekannte“ als zweitwichtigste Informationsquelle bei der Jobsuche genannt. Diese Rangordnung bleibt im Vorjahresvergleich unverändert. Neben den Online-Portalen und Karrierenetzwerken wie XING oder LinkedIn, kommt auch physischen Karrieremessen ein fester Platz als Orientierungs- und Informationsplattform zu. Traditionelle Medien wie die Tageszeitungen verlieren bei der Jobsuche weiter an Bedeutung. Lediglich elf Prozent der Befragten geben an, derartige Printmedien bei der Arbeitsplatzsuche einzusetzen.

Gehaltsvorstellung

Ein hohes Ausbildungsniveau möchten die zukünftigen Akademiker auch bezahlt wissen. Während sich Studierende in Bachelor-Programmen mit einem Einstiegsgehalt von 45.000 € zufrieden zeigen, sehen Master-Studierende ein jährliches Bruttogehalt von 51.000 € als angemessen an. Rund 37 Prozent der Master-Studierenden erwarten ein Einstiegsgehalt in der Autobranche von über 54.000 €.

Über das IFA

Das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) ist eine wissenschaftliche Einrichtung der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) Nürtingen-Geislingen. Mit über 400 Studierenden in zwei automobilwirtschaftlichen Studiengängen und mehr als 20 Professoren und Lehrbeauftragten mit automobilwirtschaftlichem Hintergrund ist die Hochschule Nürtingen-Geislingen das größte automobilwirtschaftliche Ausbildungszentrum an einer deutschen Hochschule. Das IFA-Institut wurde im Jahr 1995 gegründet und hat seither zahlreiche Studien zur Entwicklung des Automobilmarktes, der Automobilindustrie und des Automobilhandels durchgeführt. Prof. Dr. Stefan Reindl leitet seit April das Institut für Automobilwirtschaft.

Kontakt

Institut für Automobilwirtschaft (IFA)
Benedikt Maier M.A.
Parkstraße 4
73312 Geislingen

Mail: benedikt.maier@ifa-info.de
Tel.: +49 7331 22442

**automotive
TopCareer** | **AWARD**
DEUTSCHLANDS BESTE ARBEITGEBER 2018